

Presse-Information
8. Dezember 2014

Innovation im Besuchererlebnis der BMW Welt **Neue iPhone-App mit iBeacon-Technologie bietet** **Zusatzinhalte und weitere Features**

München. Mit dem Einsatz der iBeacon-Technologie unterstreicht die Marke BMW ihre Innovationsführerschaft in den Bereichen Technologie und Kundeninteraktion. Eine neue iPhone-App bringt den Besuchern der BMW Welt zusätzliches Informations-, Audio- und Videomaterial auf ihre Smartphones. Die Interaktion erfolgt über eine Bluetooth Low Energy (BLE)-Technologie. Bluetooth-Sender, sogenannte iBeacons, sind an wichtigen Punkten in der BMW Welt installiert und kommunizieren mit den aktivierten Geräten der Teilnehmer. „Unseren Gästen ein möglichst intensives Besuchererlebnis und umfassende Informationen über unsere Produkte und Angebote zu ermöglichen hat oberste Priorität. Mit Hilfe der innovativen iBeacon-Technologie verfolgen wir dieses Ziel auf moderne, benutzerfreundliche und spielerische Art und Weise“, so Jörg Reimann, Leiter International Brand Experience, BMW Group.

Innovative Technologie – intuitiver Einsatz

Um die iBeacons nutzen zu können, laden sich Besucher der BMW Welt die neue „BMW Welt App“ im App-Store herunter und aktivieren Bluetooth auf ihren Smartphones. An beiden Eingängen der BMW Welt werden die Nutzer dann mit Audioguides und Hintergrundinformationen begrüßt. Bei einem Rundgang durch die BMW Welt machen Push-Nachrichten auf verfügbare Zusatzinformationen aufmerksam: In der MINI Ausstellung etwa erhalten die Besucher ausführliche Informationen zur britischen Kultmarke. Im Bereich der Submarke BMW i wird die Ausstellung um interaktive Contents erweitert: Wallpaper können heruntergeladen und Probefahrten mit dem BMW i3 direkt angefragt werden. Über das frei zugängliche Highspeed-Wlan in der BMW Welt können die angebotenen Videos aus dem Internet geladen werden.

Jörg Reimann sieht weitere Einsatzmöglichkeiten für die Technologie: „Die BMW Welt ist ein erster Pilot für diese Form des Erlebnismarketings. Wir sehen Potenzial für den Einsatz in anderen Häusern von BMW, wo wir das Kundenerlebnis auf eine neue Ebene heben möchten. Wir diskutieren den Einsatz bei Messen. Denkbar wäre zum Beispiel, Besucher bei Veranstaltungen direkt und in Echtzeit mit aktuellen Informationen und Angeboten zu versorgen.“

Presse-Information

Datum 8. Dezember 2014

Thema Innovation im Besuchererlebnis der BMW Welt

Seite 2

Die App ist vorerst für Geräte mit iOS 7.1 oder neuer, ab iPhone 4s, iPad MINI 2 und iPad Air 2 verfügbar. Derzeit ist die App nur in Deutsch im Apple App Store Deutschland erhältlich.



Die iPhone-App der BMW Welt mit iBeacon-Technologie bietet Zusatzinhalte und weitere Features. (Bild: BMW AG)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH

Im Auftrag der BMW Welt
Stefanie Fredrich
Phone: +49-89-720187-10
mailto: bmw-welt@lhk.de

BMW Group Unternehmenskommunikation

Daria Gotto-Nikitina
Pressesprecherin BMW Welt
Phone: +49-89-382-60340
mailto: daria.gotto-nikitina@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.

Mit 2,9 Millionen Besuchern in 2013 ist die BMW Welt in München die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung des Neufahrzeugs sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Clubbing, Filmpremiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion – die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen eine ideale Plattform. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit. Eine neue iPhone App mit iBeacon-Technologie bringt den Besuchern der BMW Welt zusätzliches Informations-, Audio- und Videomaterial auf ihre Smartphones.



Presse-Information
Datum 8. Dezember 2014
Thema Innovation im Besuchererlebnis der BMW Welt
Seite 3

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>